

España es el país de la felicidad

30/05/2012

No se describe la situación actual que atraviesa el país -obviamente-, sino algo bien distinto: **la imagen que evoca en la mente de los viajeros el destino España** y que viene a ser una buena materia prima para impulsar el turismo e intentar salir de la crisis. A esta España como país de la felicidad se ha referido esta mañana Manuel Butler, director general de Turespaña, durante su intervención en el programa Lookinside travel, organizado en Madrid por Google, Exceltur y Turespaña.

Los turistas dicen en las encuestas de satisfacción que en España se lo pasan muy bien y quizás por ello **el eslogan de promoción internacional habría de pasar de 'I need Spain' a 'I need Spain to be happy'**. Butler ha reiterado que la felicidad es el principal atributo que asocian los viajeros que desean viajar a nuestro país y que hemos de aprovecharlo en la nueva campaña de promoción turística. Una campaña en la que "hay que ahorrar costos y poner imaginación".

El responsable de Turespaña se ha referido a dos conceptos básicos en su intervención: el cambio de era como cambio radical, incluso para las empresas turísticas que están naciendo ahora y que serán líderes en los próximos 20 ó 30 años, y no pensar de manera endogámica, lo que implica abrirse al exterior con actividades de promoción que impliquen a CC.AA. y sector privado.

Asimismo, ha asegurado que España está en disposición de liderar su futuro creando condiciones óptimas, ya que hay hechos concretos que pueden constituir una ventaja para nuestro turismo, como **el envejecimiento de la población occidental que hay que atender en los destinos turísticos con una sanidad adecuada y sostenible**.

La ponencia de Butler, titulada "Futuro del turismo en España desde la perspectiva pública", ha hecho hincapié en el carácter globalizado del mundo presente y en el valor de la marca España en dicho contexto. En su opinión, **esta marca es "un vector" para impulsar la economía de bienes y servicios**, en la que nos encontramos y en la que España ocupa el puesto número 14 a nivel mundial.